Administraciones públicas conectadas. Cinco ventajas de estar en redes sociales

---

En la primera década del 2000 el mundo digital transformó la vida social de las personas debido a la creación y el lanzamiento de las redes sociales digitales: Facebook (2004), Youtube (2005) y Twitter (2006). Estos nuevos espacios de interactuación a través de Internet cambio de una manera muy importante las relaciones humanas e incluso se han creado nuevos puestos de trabajo y profesiones en torno a su manejo, conocimiento y habilidades, como son los 'community managers' o los 'youtubers'.

Investigaciones recientes, como el *Estudio Anual de Redes Sociales 2018* de IAB Spain y Elogia, han demostrado que las interactuaciones sociales han cambiado drásticamente con la aparición de las redes sociales. En España actualmente hay **25 millones de usuarios que usan alguna de estas plataformas diariamente.** Las más utilizadas son Facebook, WhatsApp, Youtube e Instagram y principalmente se utilizan para enviar mensajes a contactos, ver vídeos, escuchar música o seguir las actividades de otras personas.

Una acción cotidiana es acudir a las redes sociales en busca de información y tutoriales para informarse, desde una receta de cocina hasta cómo manejar Photoshop. Si la población cambia su manera relacionarse entre las personas y el modo en que busca información, ¿por qué no puede cambiar también la forma de interactuar la administración pública con la ciudadanía?

Amalia López Acera, periodista y funcionaria de la administración autonómica valenciana, es conocida por ser pionera en la creación de un nuevo modelo de comunicación entre la administración pública y los ciudadanos. Ha sido *community manager* del Servicio Valenciano de Empleo (Servef) y gracias a sus ideas innovadoras este servicio cuenta con perfiles de éxito en las principales redes como Facebook, Twitter, LinkedIn o Youtube, entre otras, además de atender a los usuarios por WhatsApp. *Revista Haz* habla con esta experta para saber cómo las administraciones públicas **pueden utilizar estas herramientas digitales** para abrirse, ser más transparentes, cercanas, útiles y eficaces.

Administraciones conectadas con la ciudadanía

El primer reto al que se enfrenta una organización cuando abre perfiles en las redes sociales es “comprender que son un canal de comunicación para poder conversar con los ciudadanos”, explica López Acera. Lo “más importante” para manejar con éxito la presencia en redes, afirma, es tener claros los criterios y la estrategia de “para qué” se quiere estar en redes sociales. Este canal de comunicación supone **un nuevo modelo de conversación de “forma fácil, sencilla e inmediata”** y, por lo tanto, requiere de atención, dedicación y mucho trabajo. Sobre este aspecto, López Acera

señala que cuando se abre un perfil en alguna red social debe haber una persona dedica expresamente a atenderlo, ya que de nada sirve tener un WhatsApp del ayuntamiento si cuando el ciudadano solicita una información nadie le contesta: “No se trata solo de publicar información sino fundamentalmente de estar ahí para poder atender a los ciudadanos”.

Actualmente puede resultar anecdótico mandar menajes por Facebook o escribir por WhatsApp a una diputación o a la comisaría de policía, sin embargo, la experta asegura que es cuestión de unos años ver “cómo las redes sociales son un canal de información más” del mismo modo que hoy en día lo son el teléfono o el correo electrónico.

“No se trata solo de publicar información sino fundamentalmente de estar ahí para poder atender a los ciudadanos”. Amalia López Acera

Transparencia, atención y cercanía

Los recursos de las administraciones públicas suelen ser limitados en materia de comunicación y destinar una persona para diseñar estrategias y atender las peticiones de información puede suponer un coste elevado. Sin embargo, López Acera considera que **las ventajas de esta inversión son importantes** y necesarias.

1. **Escucha activa**. Estar en las redes permite escuchar lo que los ciudadanos tienen que decir, proponer y sugerir, pero asumiendo que si se está en redes sociales se tiene que “dar respuesta a lo que nos demandan los ciudadanos y responder aunque lo que digan sobre nosotros no nos guste”, asegura la experta.
2. **Información personalizada y eficaz**. ¿Para qué necesita una administración pública tener canal de Youtube? Pues, como explicó López Acera en una de sus conferencias, sirve para explicar con un vídeo tutorial cómo presentar una solicitud de información, por ejemplo, igual que se explican recetas de cocina. En este sentido, el canal de Youtube de Servef es todo un éxito para dar información de todo tipo a los usuarios de la entidad.
3. **Transparentar las instituciones**. Las redes sociales permiten “poner cara a las personas” que trabajan en las administraciones públicas y mostrar a los ciudadanos cómo trabajan las instituciones desde dentro, explica, de manera que la atención es más cercana, amable y humaniza a las instituciones de cara a los ciudadanos, eliminando la sensación de ser tratados por un ordenador, ya que las fotos, los vídeos y los mensajes personalizados facilitan la conexión entre ciudadanos y funcionarios.
4. **Valoración positiva de los ciudadanos**. El esfuerzo realizado para dar esa atención personalizada y atenta es muy positivo para las administraciones, según explica la *community manager*: “Cuando ofreces una información de servicio público; estás ahí para responder; cambias el tipo de lenguaje, e innovas, los ciudadanos lo agradecen y valoran más el trabajo que se hace desde las administraciones públicas”, afirma a *Revista Haz*, y esa valoración anima a los trabajadores públicos a seguir esforzándose por su labor.
5. **Innovación constante**. Las redes sociales apenas han cumplido una década de existencia, lo cual implica un nivel de novedad que exige a los *community managers* públicos estar en constante aprendizaje. “Es todo tan nuevo y hay tan pocos referentes que todos los días

innovamos formatos, contenidos, estrategias y vamos aprendiendo de aquello que mejor funciona y se adapta a los objetivos que tenemos como administración pública", señala López Acera. Este hecho que puede ser un obstáculo, también permite a las entidades estar a la vanguardia de la comunicación institucional.

Los retos de la comunicación social pública

"Aprender sobre la marcha", como señala López Acera resulta interesante pero también conlleva algunos riesgos. En este sentido, es de vital importancia **elegir bien la red donde se va a abrir el perfil de la institución** para que realmente sea útil y los ciudadanos las utilicen para relacionarse con la administración. De lo contrario, el esfuerzo será en vano.

En el caso de que solo se pueda atender un único canal, la experta en comunicación recomienda hacer una buena elección dependiendo del tipo de administración, el público objetivo y el fin que se persiga. En este sentido, la principal elección de López Acera es **Facebook por considerarla "la más completa de todas"** y por permitir un "mayor grado" de comunicación e interacción con los ciudadanos. Como segunda opción, señala Twitter por ser un "excelente" canal para la difusión de información y, por último, Instagram por el gran alcance que tiene actualmente sobre todo entre los jóvenes.

Además de una elección acertada del canal, López Acera considera que el reto más importante de las administraciones públicas en relación con la comunicación son los contenidos, ya que es necesario **"separar y diferenciar lo que es la comunicación institucional de la información de servicio público".** Sobre este aspecto, la experta señala que "muchos ciudadanos recelan" de la información que ofrecen las administraciones públicas; si un usuario sigue una cuenta de Twitter como la del Ministerio de Sanidad (por ejemplo) es porque suele querer información sobre salud, consejos, recomendaciones y "no las notas de prensa de los cargos políticos", concluye para *Revista Haz.*

1.